



YOKOHAMA

MERCADO

The Yokohama Rubber Co., Ltd. (YRC), celebra 100 años de convertirse en una importante marca global, fabricando productos tecnológicamente avanzados y ambientalmente sensibles de clase mundial, para una amplia variedad de industrias; entre ellas, la automotriz, marina, aeroespacial e inclusive para el deporte del golf.

Cuenta con instalaciones en 120 países y emplea a más de 20,000 personas en todo el globo. Desde el año 2013, Yokohama comercializa en México neumáticos para autos, camionetas, camiones y autobuses, así como equipo pesado de minería y construcción, vehículos industriales y componentes relacionados con la industria automotriz.

En Yokohama, ser “verde” es un mandato corporativo que se encuentra en su plan de negocios. Eso lo compromete a reafirmar sus tecnologías para proteger el medio ambiente y a conservar el planeta por siempre azul.

Desde los procesos de manufactura hasta el diseño y el desempeño del producto, la compañía manufactura productos ecológicos al reducir, re-usar y reciclar tantos materiales como le sea posible.

Por su parte, la creciente popularidad de los SUV y las camionetas se ha acelerado en el mundo, lo que ha dado pie a la introducción de nuevos modelos de neumáticos, como la nueva “GEOLANDAR M / T G003”. Un producto que cumple con la función de hacer que el usuario disfrute del todoterreno, con el mayor rendimiento en carretera, así como garantizar la seguridad y el confort.

OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

Como parte de su crecimiento en el mundo, Yokohama se ha preocupado por implementar diversas acciones enfocadas a la innovación de su tecnología; reduciendo el uso de productos derivados del petróleo, promoviendo la utilización de productos naturales y mejorando el desempeño de las llantas al reducir la resistencia al rodamiento, que contribuye al ahorro del consumo de combustible de los vehículos que las portan.

Producción y consumo responsables

• Cero emisiones

Una de las prioridades para la compañía es el “máximo cuidado del medio ambiente en la producción de sus neumáticos.” Dicha declaración se persigue a través de la reducción de las emisiones nocivas en todas sus plantas.

En Japón, las ocho fábricas de Yokohama han mantenido “cero emisiones” desde marzo de 2006, y alcanzaron un 100% en el reciclaje de los productos de desechos industriales a finales del año fiscal 2009.

• BluEarth

La tierra es azul y hay que mantenerla tan azul como sea posible en el futuro. Esto se puede lograr mediante acciones efectivas con el medio ambiente. Por tanto, Yokohama ha desarrollado el concepto BluEarth, una idea global que promueve el uso de tecnologías que contribuyan a la eficiencia del combustible.

A través de la línea de productos BluEarth se proporcionan soluciones medioambientales, con el fin de que los productos sean respetuosos y amigables con el hombre, la sociedad y el medio ambiente.

La filosofía de fabricación BluEarth se expandirá a todos los neumáticos para auto y camioneta de YOKOHAMA, y será una pauta que seguirán las futuras líneas de productos, desde los neumáticos de reposición hasta los neumáticos de equipo original de los nuevos automóviles.

• Aceite de Naranja

El objetivo al usar aceite de naranja provino de un desarrollo con una misión especial para aumentar la proporción de neumáticos sin petróleo en la materia prima, hasta 80% o más.

A partir de ahí, los ingenieros perfeccionaron el uso del aceite de naranja, un insumo derivado de la cáscara de la naranja que es renovable y que, de otra forma, sería desechada. Sus características -cuando se mezclan con el hule natural-, producen un impresionante agarre,

100th Anniversary

mientras mejora el rendimiento del combustible por medio de una baja resistencia de rodamiento.

La tecnología revolucionaria del aceite de naranja crea un desempeño superior en la ADVAN® ENV-R2™, la llanta oficial de las Series Estadounidenses Le Mans (Clases GT3 y GT3 Challenge), la cual es la primera llanta sustentable utilizada en la historia de las carreras de autos. Esta innovación ha sido la clave impulsora de la compañía para obtener los reconocimientos más grandes, incluyendo el prestigioso Environmental Award 2011 (Premio Ambiental), en la Expo de Llantas en Colonia, Alemania y una invitación del Museo de Ciencia de Boston (Boston Museum of Science) para exhibirse en un escaparate en el área principal de tecnología.

• Productos líquidos de cáscara de nuez de la India

Yokohama ganó recientemente otro premio por usar materiales naturales e innovadores en su proceso de producción. Fueron galardonados con el “Mortimer T. Harvey Award 2010, de la Cardolite Corporation (EUA), una compañía líder en productos líquidos de cáscara de Nuez de la India.

• Zenvironment

Las flotas de camiones recorren cada día grandes distancias a través de todo el país por largos periodos de tiempo. Por ello, necesitan realizar más kilómetros con un desgaste uniforme de sus neumáticos y con menos mantenimiento por kilómetro.

Para cubrir las exigentes demandas de la industria del transporte, nació Zenvironment, un concepto tan revolucionario en la industria, que prueba que tecnología puede potenciar las prestaciones de un neumático, así como proporcionar un ahorro de combustible y mayor duración.



TECNOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE 2 razones para crear la mejor llanta.

El cuidado que ponemos en conservar nuestro planeta, demuestra nuestra voluntad y compromiso para desarrollar y ofrecerte soluciones ecológicas usando tecnología japonesa para innovar y evolucionar la manera en mover al mundo.

- Ahorro de gasolina.
- Alto desempeño
- Amigable con el medio ambiente

PRODUCTOS

Durante el último siglo, desarrollaron tecnologías y productos de alto rendimiento, lo que les ha permitido participar como proveedores de equipo original de neumáticos en las plantas de muchos fabricantes de automóviles líderes en el mundo, como: Porsche, Mercedes Benz, Lexus, Lotus, Toyota, Nissan, Honda, Mitsubishi, Mazda, Subaru, Suzuki, Dodge y Tesla, entre otros.

La empresa se muestra especialmente orgullosa de los neumáticos de la familia ADVAN, que se especializa en optimizar el manejo deportivo y el desempeño exigido por los conductores que buscan el placer de la conducción. Esta gama de productos, una vez más se reinventa y nos presenta un nuevo modelo, la “ADVAN FLEVA V701”.





La nueva línea de neumáticos Zenvironment para camiones y autobuses, mejora el ahorro de combustible, lo que reduce las emisiones de efecto invernadero, como el dióxido de carbono, y proporciona un mejor servicio. Gracias al modelo de llanta para camión ZEN 903W, la firma ganó el prestigioso “Premio al Mejor Diseño”, del Instituto Japonés de Promoción del Diseño.

Vida de ecosistemas terrestres

• Forever Forest

La campaña Forever Forest de Yokohama, gestionada bajo la dirección de un reconocido ecologista, el Dr. Akira Miyawaki, quien ha sido distinguido por sus exitosas actividades de reforestación en todo el mundo.

Consiste en llevar a cabo un plan que tiene como objetivo plantar medio millón de árboles en 10 años, en 17 localizaciones en todo el mundo. Hasta la fecha se han plantado 200,000 árboles, y se tiene previsto llegar a la meta de plantar 500,000 árboles en este 2017. En su quinto año, el proyecto Forever Forest se ha traducido en un éxito al plantarse árboles en países como Japón, Filipinas, China, Vietnam, Tailandia, y Estados Unidos.

• “Declaración de Biodiversidad de Keidanren” - Socios de Promoción

Estamos de acuerdo con la idea de la “Declaración de Biodiversidad de Keidanren”, por lo que Yokohama decidió participar como socio de promoción desde 2009, para desarrollar diversos enfoques para la preservación de la biodiversidad.

Las políticas básicas y las pautas de acción han sido establecidas como las “Directrices de Yokohama Rubber sobre Biodiversidad”.

• Acciones para salvaguardar la biodiversidad monitoreando y mitigando el impacto de las actividades empresariales en el medio ambiente.

En el 2013, la compañía lanzó una nueva actividad para ayudar a salvaguardar la biodiversidad. Se trata de capturar y fotografiar pájaros, mariposas y libélulas para calcular indicadores que puedan dar una idea del estado actual del medio ambiente local, así como investigar la distribución de la especie, disponibilidad de alimentos, hábitats y ciclo de vida.

Esta información se está conservando en una base de datos con el que se ha podido verificar que el ambiente natural alrededor de las fábricas está en un estado sano. La información se hace pública para que otras partes interesadas puedan hacer uso de ella.

En octubre de 2015, Yokohama estableció un nuevo “Centro de

Aprendizaje de la Biodiversidad”, donde los residentes locales han sido invitados a asistir a presentaciones en el Centro para conocer las actividades de preservación de la biodiversidad y otras iniciativas ambientales de la compañía.

Posteriormente, gracias a las sugerencias de los residentes de realizar actividades de educación ambiental para los niños locales, en febrero de 2016, Yokohama completó la construcción de un parque ecológico de biotopos y un Centro de Aprendizaje de Biodiversidad abierto para el público en general.

Acción por el clima

• Participación en la “Campana Nacional” para Prevenir el Calentamiento Global

Yokohama participa en la “Campana Nacional” (Reto 25) para Prevenir el Calentamiento Global en Japón. Como miembro, se publica el mensaje del Presidente de la compañía para el mes del medio ambiente, en junio, y el mes del ahorro de energía, en febrero.

Por su parte, la empresa trata de promover las campañas de “Cool Biz”, en verano, y “Warm Biz”, en invierno, que consisten en mantener la temperatura de los aires acondicionados en 28° C en las oficinas, mediante la sugerencia del uso de ropa más ligera en los meses cálidos y viceversa, en los fríos.

• Campaña de Diversión para Compartir

Yokohama apoya la nueva campaña de Diversión para Compartir (Fun to Share Campaign), que, desde 2014, intenta lograr una sociedad con baja emisión de carbono en respuesta al cambio climático. También se ha registrado como una empresa y organización participativa, haciendo una declaración sobre el contenido de las iniciativas.

• El Compromiso de Keidanren con una Sociedad de Bajo Carbono

Asimismo, participa en diversas actividades para el Compromiso de Keidanren a una Sociedad de Bajo Carbono, con la visión de “industrias japonesas desempeñando un papel fundamental con su fuerza tecnológica para lograr el objetivo de reducir a la mitad la emisión de gases de efecto invernadero del mundo en 2050”.

Fin de la pobreza / Hambre cero

• Asociación Japonesa para el Programa Mundial de Alimentos

Con el fin de apoyar al Programa Mundial de Alimentos (PMA), Yokohama participa como fideicomisario, mediante diversas actividades, en la Asociación Japonesa para el Programa Mundial de Alimentos para erradicar el hambre y la pobreza.

Ciudades y comunidades sostenibles

• WBCSD (Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible)

WBCSD se refiere a la asociación unificada, integrada por altos ejecutivos de las corporaciones globales, con el fin de imponer su liderazgo en su industria, tener una discusión animada y proponer políticas con respecto al medio ambiente y el desarrollo sostenible. Yokohama participa en el “Proyecto de la Industria del Neumático”, que consiste en llevar a cabo encuestas sobre el posible impacto en el medio ambiente y la salud, de los neumáticos en la población, con el fin de promover diversas actividades para ahorrar energía en las oficinas y los edificios.

• Implementación del proyecto de cultivo “Granjas

Acreditadas CSR”, en Tailandia - Ayudar a garantizar la producción sostenible de caucho natural Y.T. Rubber Co., Ltd. (YTRC), la filial encargada del procesamiento de caucho natural de Yokohama en Tailandia, ha adoptado la técnica de “Agroforestería”, una teoría defendida por la profesora Sara Bumrungsri (de la Universidad de Songkla), con la cual se lanzó un programa para cultivar “CSR Granjas Acreditadas”, que pueden ayudar a asegurar la producción sostenible de caucho, al tiempo que también crean un ambiente de trabajo saludable.



Mediante la implementación de encuestas de biodiversidad en granjas de caucho natural en el sudeste asiático, se estableció que, en lugar de plantar sólo árboles de caucho en forma de monocultivo, se practicará la “Agro-Silvicultura”, la cual implica intercalar árboles de caucho con una docena de otras especies de árboles, incluyendo bambú y árboles frutales.

Con lo anterior, se demostró que el uso de la técnica “Agroforestal” ayuda a las granjas a mantener un estado más cercano al bosque natural que el monocultivo de caucho, al mismo tiempo que ayuda a conservar la biodiversidad del suelo. Además de obtener el beneficio adicional de que la fruta y la madera de las otras especies de árboles proporcionan una fuente adicional de ingresos para los agricultores de caucho.

• Energía asequible y no contaminante

Se ha implementado energía renovable mediante la adopción del sistema de energía solar de clase 10 kw para la fábrica Hiratsuka y de 70 kw para la planta en China en el 2010. Inclusive, se está planeando la implementación de más sistemas de energía similares a partir de ahora.

Finalmente, Yokohama se esfuerza por seguir mejorando continuamente para llevar a cabo la gestión de sus fábricas y oficinas alrededor del mundo con salud, seguridad, transparencia, responsabilidad ambiental y equidad basada en nuestra “Filosofía Corporativa”. Nuestro objetivo es establecer una gestión para que siga ganando “credibilidad inquebrantable” de todos nuestros grupos de interés sin descuidar a nuestro planeta y sus recursos.



www.yokohamallantas.com

